



บทที่ 2 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ใน การติดต่อสื่อทางธุรกิจ

141142012 ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

Social media for Digital Business

อาจารย์รุสนี กาแมแล





เนื้อหา

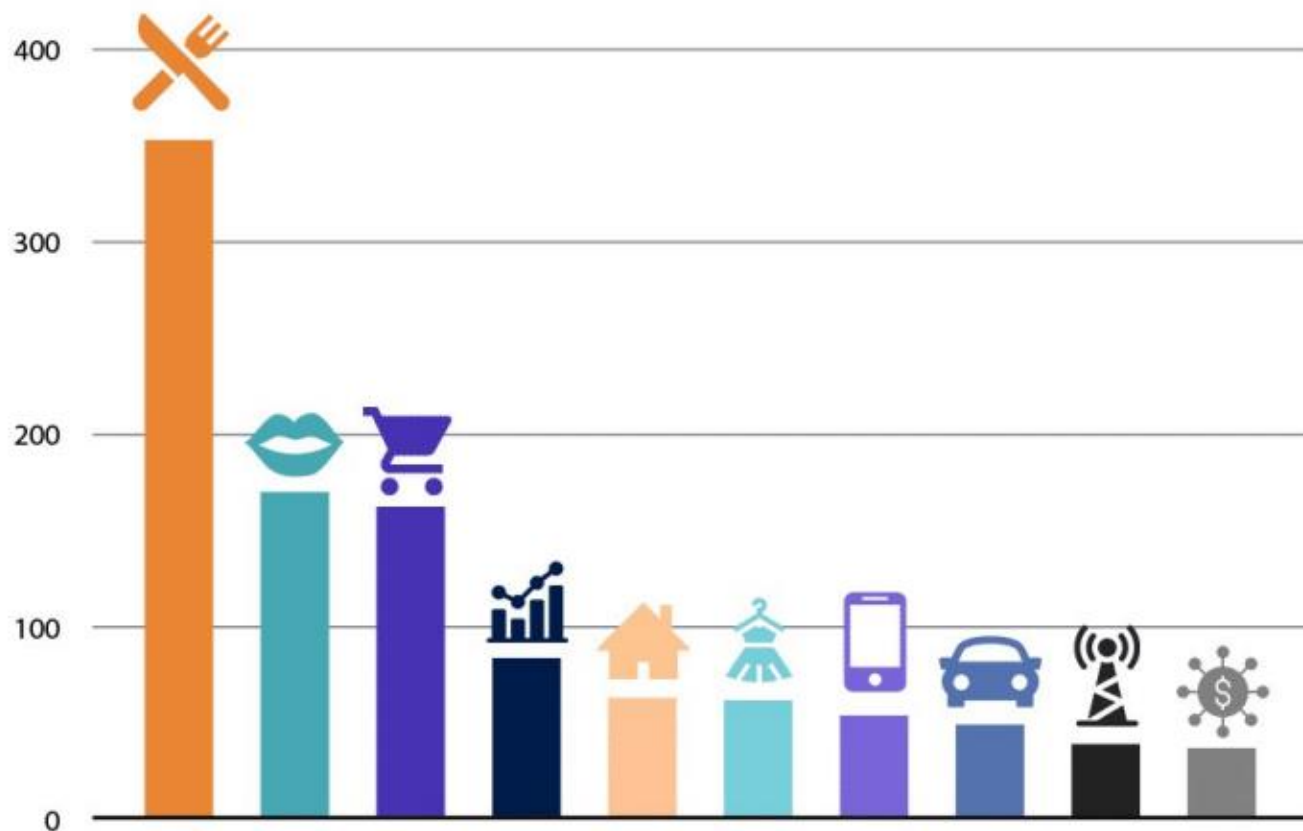
- ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ
- บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ
- ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์
- การสื่อสารธุรกิจออนไลน์ประเภทโฆษณา



RAIN
MAKER

10 ประเภทธุรกิจ

ที่ลงโฆษณาผ่าน Lifestyle Publisher



แบ่งเป็นประเภทธุรกิจได้ดังนี้

- | | | | | |
|---------|--------|--------------------------|-----------|-------------|
| Food | Beauty | Retail & Shopping Online | Financial | Real Estate |
| Fashion | Mobile | Motor | Telecom | Corporate |



ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ

สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงเพื่อให้การสนทนาทางธุรกิจประสบความสำเร็จ
มีองค์ประกอบ ดังนี้

1. การเตรียมประโยคสนทนา
2. ยิ้มและทักทายอย่างเป็นมิตร
3. ใช้คำที่เป็นมาตรฐานและแม่นยำ
4. เป็นผู้ฟังที่ดี
5. ให้ความเคารพลูกค้า
6. ให้คำแนะนำในเวลาที่เหมาะสม
7. พูดเข้าประเด็นหลัก

8. เชื่อมั่นในทัศนคติของตนเอง

9. ควบคุมอารมณ์ขณะคุยกับลูกค้า





ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ

ความสำคัญของการพูดทางธุรกิจ ในชีวิตประจำวันของคนเรา 3 ใน 4 ของเวลาทั้งหมดเราใช้ไปกับการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารด้วย คำพูดเป็นสื่อที่ใช้มากที่สุด เนื่องจากจำเป็นที่ต้องใช้การพูดอยู่เสมอไม่ว่าด้านมนุษยสัมพันธ์ธุรกิจการงาน หรือ กิจกรรมประจำวันที่ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับคนและสังคมต่าง ๆ (วันดีชวตณฺช, 2552: 1)



ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ (ต่อ)

นอกจากนี้การพูดในรูปแบบต่าง ๆ หากได้รับการฝึกฝนที่ดีจะช่วยเพิ่มพูนทักษะด้านอื่นแก่ผู้พูดด้วย นักพูดทางธุรกิจควรมีการฝึกฝนด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ความมั่นใจ การพูดเป็นทักษะอย่างหนึ่งที่ต้องอาศัยการฝึกฝน แรกเริ่มการพูดหรือการฝึกพูด ผู้พูดจะเกิด ความประหม่าตื่นเต้น และไม่มี ความมั่นใจแต่หากมีโอกาสดูอยู่บ่อยครั้งผู้พูดจะเกิดความชำนาญและมีความมั่นใจ ทั้งนี้ในการสื่อสารกับผู้คนจำนวนมากในที่สาธารณะนี้ความมั่นใจอาจแสดงออกด้วยการเรียงลำดับความที่น่าสนใจ การนำเสนอเนื้อหาอันเฉียบคม การพูดอย่างฉะฉาน และการเลือกใช้ภาษาอย่างชาญฉลาดอีกด้วย



ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ (ต่อ)

นอกจากนี้การพูดในรูปแบบต่าง ๆ หากได้รับการฝึกฝนที่ดีจะช่วยเพิ่มพูนทักษะด้านอื่นแก่ผู้พูดด้วย นักพูดทางธุรกิจควรมีการฝึกฝนด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2) ทักษะการสื่อสาร พูด ฟัง อ่าน เขียน แม้ว่าการพูดจะใช้ทักษะการพูดเป็นหลัก แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าทักษะอื่นก็ย่อมได้รับการฝึกฝนไปด้วย การเป็นผู้พูดที่ดีนั้นเริ่มจากการเป็นผู้ฟังที่ดีก่อน การฟังอย่างตั้งใจ และจับประเด็นหรือเนื้อหาสำคัญยังส่งผลให้ ผู้พูดโต้ตอบได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย ทั้งนี้การอ่านและการเขียนก็มีความสำคัญเช่นกัน เพราะการหาความรู้ เพิ่มเติมด้วยการอ่านเพื่อนำไปสู่การเขียนหรือร่างบทพูด อย่างไรก็ตามทักษะการสื่อสารทั้งสี่ผู้พูดต้องใช้ให้สัมพันธ์กัน เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสาร



ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ (ต่อ)

นอกจากนี้การพูดในรูปแบบต่าง ๆ หากได้รับการฝึกฝนที่ดีจะช่วยเพิ่มพูนทักษะด้านอื่นแก่ผู้พูดด้วย นักพูดทางธุรกิจควรมีการฝึกฝนด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

3) ทักษะด้านการจัดการ สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของการพูดคือการจัดการเนื้อหาและการลำดับความคิดในเรื่องที่พูด บ่อยครั้ง ที่การพูดในโอกาสต่าง ๆ ผู้พูดต้องเป็นผู้กำหนดข้อหัวหรือเรื่องที่จะพูดไว้ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุ วัตถุประสงค์ของการพูดและบ่อยครั้งที่ผู้พูดต้องคอยแก้ไขสถานการณ์ล่วงหน้าการจัดการดังกล่าวเป็นการเพิ่มพูน ทักษะด้านการวางแผน การวางลำดับขั้นตอน ซึ่งส่งผลให้ผู้พูดเป็นนักจัดการเรื่องต่าง ๆ ได้ดีด้วยเช่นกัน



ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ (ต่อ)

นอกจากนี้การพูดในรูปแบบต่าง ๆ หากได้รับการฝึกฝนที่ดีจะช่วยเพิ่มพูนทักษะด้านอื่นแก่ผู้พูดด้วย นักพูดทางธุรกิจควรมีการฝึกฝนด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

4) ทักษะทางสังคม การพูดประเภทต่าง ๆ เป็นการพูดกับผู้ฟังจำนวนใดจำนวนหนึ่ง การพูดแต่ละครั้งยังเป็นการทำงาน ร่วมกันกับบุคคลอื่น กล่าวคือการพูดเป็นการสื่อสารที่ผู้พูดมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังจำนวนหนึ่งที่เรารู้จักและไม่รู้จัก การวิเคราะห์กลุ่มผู้ฟังเพื่อการพูดที่ถูกต้องเหมาะสมยังเป็นการสร้างความประทับใจ อันนำไปสู่สัมพันธภาพ ในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป



ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ (ต่อ)

นอกจากนี้การพูดในรูปแบบต่าง ๆ หากได้รับการฝึกฝนที่ดีจะช่วยเพิ่มพูนทักษะด้านอื่นแก่ผู้พูดด้วย นักพูดทางธุรกิจควรมีการฝึกฝนด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

5) พัฒนาความจำ การพูดทางธุรกิจในรูปแบบต่างๆ ผู้พูดอาจจำเป็นต้องจดจำเนื้อหาและทำความเข้าใจกับเรื่องที่จะพูด ตลอดจนการฝึกพูดก่อนการพูดจริง การพูดดังกล่าวยังเป็นการเพิ่มทักษะความจำ แม้ว่าการพูดที่ดีอาจต้องพูดจากความเข้าใจมากกว่าการจดจำเนื้อหาหรือข้อความทั้งหมด แต่การจำประเด็นและเนื้อหาหลัก เนื้อหารอง หากผู้พูดมีทักษะการจดจำที่มากขึ้นย่อมส่งผลดีต่อชีวิตและหน้าที่การงานในขณะนั้น



ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ (ต่อ)

นอกจากนี้การพูดในรูปแบบต่าง ๆ หากได้รับการฝึกฝนที่ดีจะช่วยเพิ่มพูนทักษะด้านอื่นแก่ผู้พูดด้วย นักพูดทางธุรกิจควรมีการฝึกฝนด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

6) การควบคุมอารมณ์ การพูดคือการสื่อสารกับผู้คนที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อม การเจอปัญหาเฉพาะหน้าทั้งก่อน การพูดระหว่างการพูดและหลังการพูดการรับรู้ถึงปฏิกิริยาของผู้ฟังทั้งด้านบวกและด้านลบเป็นสิ่งที่ผู้พูดต้องเผชิญ การควบคุมอารมณ์ตนเองไม่ให้ไหวตามอารมณ์ของผู้ฟังเป็นสิ่งที่ผู้พูดพึงกระทำ การควบคุมอารมณ์จึงเป็นอีก ทักษะหนึ่ง que ผู้พูดจะนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้



บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ

1. ผู้ส่งสารต้องมีจุดประสงค์ที่เด่นชัดในการสื่อสาร

เมื่อต้องการจะสื่อสารกับใครต้องตั้งจุดประสงค์ที่แน่ชัดเสียก่อนว่าต้องการสื่อสารไปเพื่ออะไร ผู้รับสารจะได้สามารถเข้าใจสารตามความต้องการของเรา จุดประสงค์ของการสื่อสารทางธุรกิจอาจจะแยกได้ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อแจ้งข่าวสาร

2. เพื่อโน้มน้าวจิตใจ

3. เพื่อประชาสัมพันธ์



บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ

2. ผู้สื่อสารต้องมีความรู้ความเข้าใจในสารที่ต้องการจะส่ง
3. ผู้สื่อสารต้องมีความพร้อมในการสื่อสาร
4. ผู้สื่อสารต้องรู้จักใช้วิธีการสื่อสารให้เหมาะสม
5. ผู้สื่อสารทางธุรกิจต้องมีการฝึกฝนทักษะอยู่เสมอ
6. ผู้สื่อสารต้องรู้จักเลือกกาลเทศะในการสื่อสารให้เหมาะสม



รูปแบบการพูด

รูปแบบการพูดอยู่หลายรูปแบบด้วยกันซึ่ง สวณิต ยมาภัย และถิรนนท์อนวัชศิริวงศ์ (2551: 87-89) กล่าวว่า การพูดมีหลายวิธีที่สำคัญคือพูดหรืออ่านจากต้นฉบับที่เขียนไว้พูดตามที่ท่องจำมา พูดอย่างฉับพลันโดย ไม่ได้เตรียมล่วงหน้าและพูดจากความเข้าใจตามที่ได้เตรียมไว้ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



รูปแบบการพูด (ต่อ)

1) การพูดหรืออ่านจากต้นฉบับที่เขียนไว้ โอกาสที่จำเป็นต้องพูดหรืออ่านจากต้นฉบับที่เขียนไว้มักจะเป็นโอกาสที่มีความสำคัญมากเป็นพิเศษ เช่น การกล่าวรายงานต่อท่านประธาน การปราศรัยของบุคคลสำคัญในโอกาสต่างๆ การประกาศเรื่องราวที่สำคัญ เป็นต้น สำหรับผู้ที่มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบในระดับสูง เมื่อจะพูดต่อสาธารณชนในเรื่องที่เป็นเงื่อนไขรายละเอียด หรือเรื่องที่เป็นข้อผูกพันสืบเนื่องต่อไปในความรับผิดชอบย่อมระมัดระวังเป็นพิเศษ จะพูดให้เกิดความเข้าใจผิดพลาด คลาดเคลื่อนไม่ได้เลย เพราะจะมีผู้นำไปอ้างอิงยึดถือต่อไป จึงต้องใช้วิธีการพูดจากต้นฉบับที่เตรียมไว้นอกจากนี้ ในกรณีที่ช่วงเวลาสำหรับพูดจำกัดตายตัวมากผู้พูดจำเป็นต้องพูดจากต้นฉบับที่เขียนไว้เพื่อจะได้แน่ใจว่าพูดได้เวลา พอดีกับเวลาที่กำหนดไว้ให้นั้น การพูดด้วยวิธีนี้ผู้พูดต้องมีศิลปะในการเตรียมต้นฉบับให้อ่านแล้วน่าฟัง ซึ่งต้องใช้ ความชำนาญมาก เวลาอ่านก็ต้องมีศิลปะอย่างสูงที่จะทำให้่าน่าฟังจริง ๆ มิฉะนั้นแล้วก็จะทำให้น่าเบื่อได้



รูปแบบการพูด (ต่อ)

การพูดประเภทนี้อาจเกิดขึ้นได้ในทางธุรกิจเช่น ประธานกล่าวเปิดงานในพิธีอบรมสัมมนาเพื่อ
เพิ่มพูน ทักษะให้กับพนักงาน การกล่าวเปิดงานปฐมนิเทศพนักงานใหม่ การแถลงข่าวของผู้บริหารเพื่อ
ขอโทษผู้บริโภค ในกรณีที่สินค้าหรือบริการสร้างความเสียหายต่อผู้บริโภค เป็นต้น



รูปแบบการพูด (ต่อ)

2) การพูดตามที่ท่องจำมา วิธีการนี้ผู้พูดจะต้องจำเรื่องราวที่จะพูดให้ได้ทั้งหมด เริ่มแต่ความนำ เนื้อหาที่แจกแจงใหญ่ถึงย่อย จนถึงบทสรุป ซึ่งเมื่อพูดก็ต้องพูดให้ครบทุกถ้อยกระทางความ (อนงค์รุ่งแจ้ง, 2553: 17) ทั้งนี้ผู้พูดโดยวิธีท่องจำ มาส่วนมากมักจะเขียนข้อความที่ตนต้องการพูดลงไว้ก่อนแล้วพยายามท่องจำให้ขึ้นใจ เพื่อที่จะได้พูด อย่างคล่องแคล่วโดยไม่ผิดพลาดทุกเนื้อความ การพูดแบบนี้มีข้อเสียคือผู้พูดจะพูดอย่างไม่เป็นธรรมชาติ เพราะแม้แต่พะวงกับถ้อยคำที่กล่าวถ้าพูดผิดพลาดแม้แต่เพียงคำสองคำ การพูดก็จะสะดุดลงเป็นห่วงๆขาดลักษณะ ของความมีชีวิตจิตใจ นอกจากนี้ยังเป็นการสิ้นเปลืองเวลาโดยใช้เหตุ

การพูดแบบท่องจำนี้อาจเกิดขึ้นได้ในกรณีที่ข้อความที่ต้องการสื่อสารมีรายละเอียดที่สำคัญจำนวนมาก การพูดประเภทนี้อาจเกิดขึ้นได้ในทางธุรกิจ เช่น การพูดแนะนำรถยนต์ในงานมอเตอร์โชว์ผู้พูดจำเป็นต้อง จดจำข้อมูล เกี่ยวกับ ราคา สีขนาด ชนิดของเครื่องยนต์สมรรถนะของเครื่องยนต์รวมถึงข้อดีของรถยนต์รุ่นใหม่นี้ ว่าแตกต่างจากรุ่นเดิมอย่างไร เป็นต้น



รูปแบบการพูด (ต่อ)

3) การพูดอย่างฉับพลันโดยไม่เตรียมไว้ล่วงหน้า การพูดวิธีนี้ตรงข้ามกับ 2 วิธีที่กล่าวมาแล้ว แต่ก็ควรจะใช้เฉพาะเมื่อจำเป็นจริง ๆ เท่านั้น เช่น เมื่อได้รับเชิญให้ออกไปพูดโดยไม่รู้ตัวมาก่อนและไม่อยู่ในฐานะที่จะปฏิเสธได้อย่างไรก็ดีเมื่อต้องพูดด้วยวิธีนี้ผู้พูด ก็ไม่ควรที่จะตื่นเต้นตกใจจนเกินไป ควรใช้เวลาคิดอย่างรวดเร็วว่าจะพูดไปในแนวใด เมื่อตัดสินใจได้ว่าจะพูดแนวใดแล้ว ถ้ามีกระดาษก็อาจจดหัวข้อย่อไว้ในขณะที่คอยเวลาพูด ควรหาประเด็นและถ้อยคำขึ้นต้นและลงท้าย ไว้ด้วยจึงจะทำให้การพูดของเราครบถ้วนสมบูรณ์เท่าที่เวลาอำนวยให้



รูปแบบการพูด (ต่อ)

4) การพูดจากความเข้าใจตามที่ได้เตรียมไว้ การพูดด้วยวิธีนี้เป็นวิธีที่ช่วยให้การพูดสัมฤทธิ์ผลได้ดีที่สุด เพราะเป็นวิธีพูดที่ผู้พูดสามารถส่งสาร ให้เข้าถึงจิตใจของผู้ฟังได้เต็มที่ผู้พูดสามารถใช้น้ำเสียง ใบหน้า สายตาและกิริยาอาการสื่อความหมายพร้อม ๆ กัน ไปกับการใช้ถ้อยคำได้อย่างกลมกลืน ผู้ฟังจะเห็น ลักษณะของความคิดที่ชีวิตชีวาความมั่นใจความกระตือรือร้นปรากฏ ชัดอยู่ในตัวผู้พูดและจะเกิดความ นิยมนับถือในตัวผู้พูดวิธีพูดจากความเข้าใจตามที่ได้เตรียมไว้ผู้พูดจะต้องใช้เวลา เตรียมตัวและ ฝึกซ้อมมากพอ เตรียมลำดับความคิดไว้เป็นอย่างดีรวมทั้งหาวิธีขึ้นต้นลงท้ายให้เหมาะสมแต่จะ ไม่ เขียนไว้ทุกคำพูด อาจเขียนแต่เพียงหัวข้อหรือใจความหลัก ๆ อย่างคร่าว ๆ ต่อจากนั้นก็ทดลองพูด ตั้งแต่ต้น จนจบหลายๆ ครั้งแต่ละครั้งที่ได้ทดลองซ้อมบทพูดนั้นไม่จำเป็นต้องใช้ถ้อยคำสำนวนให้คมชัด คงที่แม้แต่ความคิด บางอย่างก็ดัดแปลงแก้ไขเพิ่มเติมตัดทอนได้ ในที่สุดก็สามารถพูดออกไปด้วยความ เข้าใจและด้วยความมั่นใจของ ผู้พูดอย่างแท้จริง



รูปแบบการพูด (ต่อ)

การพูดจากความเข้าใจในกรณีการพูดทางธุรกิจ อาจเกิดขึ้นได้คล้ายกับกรณีการพูด
แนะนำรถยนต์ ในงานมอเตอร์โชว์ผู้พูดอาจถือกระดาษที่มีรายละเอียดข้อมูลสำคัญและก้มดู
ข้อมูลนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาด แต่ที่ต่างจากการพูดแบบท่องจำคือ การพูดประเภทนี้ผู้
พูดจะแนะนำรถยนต์อย่างเป็นธรรมชาตินอกจากนี้การพูด จากความเข้าใจอาจเกิดขึ้นได้ใน
สถานการณ์การประชุม สถานการณ์บาร์ิสต้าอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจเกี่ยวกับชนิด ของเมล็ด
กาแฟ รสชาติแหล่งผลิตของเมล็ดกาแฟในแต่ละเมนูที่ร้านนำมาทำเป็นเครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ
 เป็นต้น



หลักการพูดทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

หลักการพูดทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพคือแนวทางในการพูดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ซึ่งมีแนวทางที่ผู้พูดต้องพิจารณาได้แก่การเตรียมเนื้อหาและเรียบเรียงความคิดการเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสม การทำให้การพูดเป็นที่จดจำ และการสร้างความกระตือรือร้นให้ตัวเอง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การเตรียมเนื้อหาและการเรียบเรียงความคิด การพูดทางธุรกิจผู้พูดที่ดีต้องสะสมองค์ความรู้เป็นนักอ่านและผู้ฟังที่ดีสิ่งดังกล่าวจะเป็นส่วนสำคัญ ของผู้พูดเพื่อเตรียมเนื้อหา เมื่อผู้พูดได้รับมอบหมายให้พูดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ผู้พูดจะต้องเตรียมเนื้อหาจาก ประสบการณ์หรือองค์ความรู้ที่สะสมมารวมถึงการค้นคว้าหาข้อมูลในเรื่องที่จะพูดเพิ่มเติมเพื่อให้มีความรู้ในเรื่องที่จะพูดให้ถ่องแท้เสียก่อน เมื่อได้ข้อมูลที่เพียงพอผู้พูดจึงจะสามารถเรียบเรียงความคิดให้เป็นบทพูดหรือเค้าโครง ของเรื่องที่จะพูด การเตรียมเนื้อหาและการเรียบเรียงความคิดของบทพูดมี 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้



หลักการพูดทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ (ต่อ)

ขั้นตอนที่ 1 การระดมความคิด เมื่อได้รับมอบหมายหรือเมื่อรู้ว่าจะต้องพูดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การให้ความรู้เรื่องสวัสดิการ และข้อปฏิบัติของบริษัทในการอบรมพนักงานใหม่ ผู้พูดจะต้องเรียบเรียงความคิดจากประสบการณ์หรือองค์ความรู้ที่มีใส่ลงในกระดาษโดยไม่ต้องสนใจว่าถูกหรือผิด การระดมความคิดมากที่สุดเท่าที่คิดได้นี้เป็นการรวมประเด็นที่เราคาดว่าจะเกี่ยวข้องกับเรื่องที่พูดจะช่วยให้ผู้พูดมีประเด็นที่จะพูดหลายมุมมอง



หลักการพูดทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ (ต่อ)

ขั้นตอนที่ 2 การคัดสรรความคิด หลังจากระดมความคิดเสร็จแล้ว ผู้พูดต้องพิจารณาในแต่ละประเด็นหรือหัวข้อที่เกิดจากการ ระดมความคิดว่า ความคิดใดเกี่ยวข้องหรือเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง ความคิดใดไม่เกี่ยวข้องหรือไม่เป็นประโยชน์ต่อ ผู้ฟัง โดยตัดประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้องที่สุดออกก่อน แล้วค่อยพิจารณาว่าหัวข้อใดเกี่ยวข้องมากที่สุดและควรที่จะ เก็บประเด็นที่เกี่ยวข้องไว้ใช้ในการร่าง บทพูดต่อไป



หลักการพูดทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ (ต่อ)

ขั้นตอนที่ 3 จัดหมวดหมู่ หลังจากคัดสรรความคิดเสร็จแล้วผู้พูดต้องจัดกลุ่มความคิดให้อยู่ในหมวดเนื้อหาเดียวกัน การใช้ ปากกาสีต่าง ๆ เพื่อทำเครื่องหมายในแต่ละประเด็นว่า ประเด็นใดควรอยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือต่างกัน จะเป็นอีกวิธี ที่ทำให้การจัดหมวดหมู่่ง่ายยิ่งขึ้น และที่สำคัญในแต่ละหมวดหรือกลุ่มนั้นมีประเด็นหลักอะไรประเด็นย่อยอะไรบ้าง



หลักการพูดทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ (ต่อ)

ขั้นตอนที่ 4 การลำดับความคิด เมื่อได้กลุ่มเนื้อหาที่เป็นหมวดแล้วผู้พูดต้องวิเคราะห์ว่าเนื้อหาหมวดใดควรนำมาขึ้นก่อนเป็นลำดับ ที่หนึ่งสองสามสี่และลำดับสุดท้ายการลำดับความคิดนี้จะทำให้เนื้อหาที่จะนำเสนอเป็นไปทิศทางเดียวกัน ไม่สับสน มีความต่อเนื่องร้อยเรียงจากต้นไปจนจบ การลำดับหมวดหมู่นี้อาจเรียงลำดับโดยใช้เวลา ความสำคัญ เหตุไปผล การลำดับความคิดในขั้นตอนนี้จะทำให้ผู้พูดได้เค้าโครงบทพูดเพื่อจะนำไปพัฒนาเป็นบทพูดต่อไป



หลักการพูดทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ (ต่อ)

ขั้นตอนที่ 5 การเขียนบทพูดหรือการสร้างบทพูด เมื่อได้เค้าโครงแล้วผู้พูดจะต้องร้อยเรียงถ้อยคำตามเค้าโครงที่ได้ร่างไว้ตามขั้นตอนข้างต้น เมื่อเขียนเสร็จแล้วผู้เขียนจะต้องเรียบเรียงแก้ไขภาษาอีกหลายครั้งจนกว่าตัวบทพูดจะมีความสมบูรณ์อย่างไรก็ตาม การพูดที่ดีไม่ใช่การถือบทพูดที่เขียนไว้ไปอ่าน การเขียนบทพูดเพื่อการทำความเข้าใจและสร้างขอบเขตให้กับ ตัวผู้พูดเองว่าจะต้องพูดอย่างไรซึ่งขั้นตอนการพูดที่ดีนั้น ผู้พูดต้องทำความเข้าใจบทของตัวเองอาจจะใช้การจดจำคำสำคัญหรือประเด็นแล้วพูดจากความเข้าใจจะทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า

ในการพูดเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจนั้น ในบางสถานการณ์อาจมีความจำเป็นต้องใช้ขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอนดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากปัจจัยด้านสถานการณ์การสื่อสาร ความเป็นทางการ เนื้อหา หรือปัจจัยด้านผู้ฟัง เช่น การพูดสุนทรพจน์ของประธานบริษัทในงานเลี้ยงขอบคุณคู่ค้าทางธุรกิจหรือขอบคุณลูกค้า การพูดเพื่อการรายงานผลการดำเนินงานประจำปีต่อผู้ถือหุ้น ส่วนทางธุรกิจการรายงานผลการสอบสวนทางวินัย ของพนักงานในกรณีการทุจริต เป็นต้น



หลักการพูดทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ (ต่อ)

ขั้นตอนที่ 5 การเขียนบทพูดหรือการสร้างบทพูด เมื่อได้เค้าโครงแล้วผู้พูดจะต้องร้อยเรียงถ้อยคำตามเค้าโครงที่ได้ร่างไว้ตามขั้นตอนข้างต้น เมื่อเขียนเสร็จแล้วผู้เขียนจะต้องเรียบเรียงแก้ไขภาษาอีกหลายครั้งจนกว่าตัวบทพูดจะมีความสมบูรณ์อย่างไรก็ตาม การพูดที่ดีไม่ใช่การถือบทพูดที่เขียนไว้ไปอ่าน การเขียนบทพูดเพื่อการทำความเข้าใจและสร้างขอบเขตให้กับ ตัวผู้พูดเองว่าจะต้องพูดอย่างไรซึ่งขั้นตอนการพูดที่ดีนั้น ผู้พูดต้องทำความเข้าใจบทของตัวเองอาจจะใช้การจดจำคำสำคัญหรือประเด็นแล้วพูดจากความเข้าใจจะทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า

ในการพูดเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจนั้น ในบางสถานการณ์อาจมีความจำเป็นต้องใช้ขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอนดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากปัจจัยด้านสถานการณ์การสื่อสาร ความเป็นทางการ เนื้อหา หรือปัจจัยด้านผู้ฟัง เช่น การพูดสุนทรพจน์ของประธานบริษัทในงานเลี้ยงขอบคุณคู่ค้าทางธุรกิจหรือขอบคุณลูกค้า การพูดเพื่อการรายงานผลการดำเนินงานประจำปีต่อผู้ถือหุ้น ส่วนทางธุรกิจการรายงานผลการสอบสวนทางวินัย ของพนักงานในกรณีการทุจริต เป็นต้น



การเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสม

การเลือกใช้ภาษาในการพูดเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญมาก เนื่องจากภาษาเป็นพาหนะนำ ความคิดที่เราต้องการสื่อสารไปยังผู้ฟัง การพูดให้ประสบความสำเร็จนั้น Lucas (2009: 282-284) ได้เสนอ การใช้ภาษาในการพูดอย่างมีประสิทธิภาพดังต่อไปนี้

1) การเลือกภาษาให้เหมาะกับโอกาส การพูดทางธุรกิจมีหลายประเภท หากแยกความเป็นทางการ กึ่งทางการ และไม่เป็นทางการ การเลือกใช้ภาษาก็ย่อมมีความแตกต่างกันไปด้วยอาทิการพูดในสถานการณ์หรือโอกาสที่เป็นทางการ หากใช้ภาษา ที่ไม่เป็นทางการ ก็อาจส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของสารที่จะสื่อ เช่นเดียวกันในสถานการณ์หรือโอกาสที่ไม่เป็นทางการ หากใช้ภาษาที่เป็นทางการมากเกินไปอาจยากต่อความเข้าใจและก่อให้เกิดความน่าเบื่อหน่ายได้ การพูดทางธุรกิจที่ดีควรพิจารณาถึงสถานการณ์หรือโอกาสในครั้งนั้น ๆ ที่ตนต้องพูด สถานการณ์ในการพูดในแต่ละครั้ง ล้วนมีความเชื่อมโยงกับเวลา สถานที่ ความเชื่อ และวัฒนธรรมของการสื่อสาร สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อ การใช้ภาษาที่ต่างกัน



การเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสม

2) การเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับผู้ฟัง การวิเคราะห์ผู้ฟังในประเด็นต่าง ๆ อาทิจำนวน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ศาสนา ทักษะใน การสื่อสาร ความสนใจ ฯลฯ เป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากกลุ่มผู้ฟังย่อมมี ทักษะภาษา ทักษะคติที่ต่างกันด้วย ทั้งนี้ยิ่งกลุ่ม ผู้ฟังมีความหลากหลาย ก็ยิ่งมีความยากและซับซ้อนยิ่งขึ้น การเลือกใช้ภาษาให้เหมาะกับกลุ่มผู้ฟังมีความสำคัญ เพราะนอกจากจะสร้างการเข้าใจความหมายร่วมกัน การเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่ยุ่งยากของผู้ฟังแล้วยังสร้างปฏิสัมพันธ์ ที่ดีระหว่างการสื่อสาร อันนำไปสู่ความสัมพันธ์ อันดีระหว่างผู้พูดและผู้ฟังในอนาคตด้วย เช่น การใช้คำสรรพนาม เรียกลูกค้า ต้องคำนึงเพศและวัยของ ลูกค้าแต่ละคน ในการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการมักพบการใช้คำเรียกญาติเช่น “พี่ คุณแม่ คุณลุง คุณป้า” แทนผู้พูดเองและแทนผู้ที่ถูกเรียกคือลูกค้า ทั้งนี้ในบางสถานการณ์โดยเฉพาะ ในสถานการณ์ที่เป็นทางการ การใช้คำสรรพนามว่า “คุณผู้หญิง คุณผู้ชายคุณลูกค้า ท่าน คุณ+ชื่อจริง” แทนลูกค้า กลุ่มคำดังกล่าวอาจจะ เป็นคำเรียกกลาง ๆ ที่เหมาะสมและสามารถใช้ได้ทุกสถานการณ์



การเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสม

3) การเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับหัวข้อ หัวข้อที่พูดเป็นสิ่งที่แสดงขอบเขตของเนื้อหาทั้งหมด และหัวข้อจะมีความสัมพันธ์กับเจตนา หรือวัตถุประสงค์ของการพูดในครั้งนั้น ๆ การใช้ภาษาจึงต้องเหมาะสมด้วย เช่น “การบริหารและการจัดการเงิน ในยุคโควิด” หากผู้พูดมีวัตถุประสงค์ในการให้ความรู้การใช้ภาษาย่อมแตกต่างกับผู้พูดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ การโน้มน้าวใจ การใช้ภาษาในวัตถุประสงค์แรกต้องใช้ภาษาที่เป็นทางการ เน้นข้อมูลเชิงวิชาการ ในขณะที่ การใช้ภาษาในวัตถุประสงค์หลักต้องใช้ภาษากึ่งทางการหรือภาษาไม'เป็นทางการ มีการใช้ภาพพจน์ ข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นต้น



การเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสม

4) การเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับผู้พูด การเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับตัวผู้พูดเอง นั้นเป็นสิ่งที่หลายคนมองข้ามการใช้ภาษาที่ตนมีทักษะ มากที่สุด รวมถึงการพูดในเรื่องที่ตน สนใจ มีความรู้และความเชี่ยวชาญย่อมทำให้ผู้พูดใช้ภาษาออกมาได้ดี มีความมั่นใจ ไม่ติดขัด หรือขวยเขินกับภาษาที่ตนใช้



บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ

การพูดและมารยาทกับการสื่อสารทางธุรกิจ

“...การสื่อสารเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้การดำเนินธุรกิจขับเคลื่อนไปได้ การพูดเป็น การสื่อสารประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นในสถานการณ์หรือรูปแบบที่เป็นทางการ กึ่งทางการและไม่เป็นทางการ การใช้ภาษาพูดให้ถูกต้องและเหมาะสม มีส่วนสำคัญให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การที่ผู้พูดตระหนักถึงจริยธรรมในการสื่อสารทางธุรกิจยังส่งผลให้การสื่อสารและการร่วมงาน กันของคนหมู่มากเป็นไปอย่างเรียบร้อยและปกติสุข...”



บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ

การพูดและมารยาทกับการสื่อสารทางธุรกิจ

“...การสื่อสารเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้การดำเนินธุรกิจขับเคลื่อนไปได้ การพูดเป็น การสื่อสารประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นในสถานการณ์หรือรูปแบบที่เป็นทางการ กึ่งทางการและไม่เป็นทางการ การใช้ภาษาพูดให้ถูกต้องและเหมาะสม มีส่วนสำคัญให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การที่ผู้พูดตระหนักถึงจริยธรรมในการสื่อสารทางธุรกิจยังส่งผลให้การสื่อสารและการร่วมงาน กันของคนหมู่มากเป็นไปอย่างเรียบร้อยและปกติสุข...”



บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ (ต่อ)

ธุรกิจกับการสื่อสารด้วยการพูด

สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ (2550: 196-197) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการสื่อสารทางธุรกิจแตกต่างกันไปตาม คู่สื่อสาร บริษัทกับบริษัท และสถานการณ์หนึ่งไปสู่อีกสถานการณ์หนึ่ง สิ่งใดที่เป็นเรื่องที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ ก็เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือเขียนให้กันโดยมีคำกำกับว่า “ลับ” การสื่อสารบางอย่างเป็นการสื่อสารแบบ ไหลเวียน 2 ทาง เพื่อให้มีการถามตอบกัน การสื่อสารโดยการพูดในการสื่อสารทางธุรกิจมีดังนี้

- 1) การสัมภาษณ์ (Interviews)
- 2) การประชุมพนักงาน และพนักงานขาย (Staff and Sales Meeting)
- 3) การประชุมหารือ (Conferences)
- 4) การนิเทศ (Orientation)
- 5) การให้คำปรึกษา (Counselling)
- 6) การสั่งงาน (Assignment Giving)
- 7) โฆษณาทางวิทยุ (Radio Commercial)
- 8) การประชุมรายงาน (Report Meeting)
- 9) รับเรื่องราวร้องทุกข์ (Grievance Handling)
- 10) การฝึกอบรม (Training Sessions)



บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ (ต่อ)

ธุรกิจกับการสื่อสารด้วยการพูด

อรรถพร ปิณฑน์โอวาท (2550: 46-47) ได้กล่าวถึง ภาษาพูดเป็นภาษาที่ก่อให้เกิดปัญหามาก แต่ก็ยังสามารถแก้ไขได้ฉับพลันกว่าภาษาเขียน ในที่นี้ขอนำเสนอตัวอย่างปัญหาด้านการใช้คำและประโยคที่สับสน โดยอรรถพร กล่าวถึงความคลุมเครือของคำว่า เมื่อผู้พูดส่งสารออกไปความคลุมเครือเกิดขึ้นได้ในทุกกรณี ถ้าหลีกเลี่ยงได้ผู้พูดควรหลีกเลี่ยงสิ่งต่อไปนี้

1) ภาษาเทคนิค (Technical Terms) ได้แก่ ภาษาที่ใช้เฉพาะหมู่เหล่า สถาบันองค์การใดองค์การหนึ่ง เมื่อผู้ฟังมาจากต่างสถาบันหรือภูมิหลังต่างกันไปก็อาจจะเกิดความสับสนได้

2) ภาษาคะนอง (Slangs) คือ ภาษาที่ใช้ตามสมัยนิยม เป็นภาษาที่ใช้อยู่ระยะหนึ่งและจะหายไป ภาษาชนิดนี้อาจสื่อความหมายได้ถ้าผู้พูดและผู้ฟังมีประสบการณ์และภูมิหลังคล้ายกัน แต่กรณีการพูดที่จริงจังเป็นพิธีรีตอง การใช้ภาษาคะนองจะทำลายบุคลิกภาพของผู้พูดได้



บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ (ต่อ)

ธุรกิจกับการสื่อสารด้วยการพูด

3) ภาษาคลุมเครือ (Ambiguous Language) ได้แก่ ภาษาที่ผู้ใช้มิได้พิถีพิถันและอาจสร้างความฉงนได้ เช่น ผู้จัดการอาจจะสั่งลูกน้องว่า “นี่คุณ ลูกค้าที่ผมให้คุณติดต่อเมื่อวันก่อนนั้นได้รับคำตอบว่าอย่างไรบ้าง ขอรายงานด่วนนะ” ถ้าหากผู้จัดการมีเวลาหรือโอกาสให้ลูกน้องได้ส่งปฏิกริยาตอบกลับ ความคลุมเครือก็อาจ ถูกขจัดไปด้วยคำถามจากลูกน้องว่าลูกค้าคนใดวันไหน ติดต่อเรื่องอะไรข้อความที่ผู้จัดการพูดจะไม่สื่อความหมาย ชัดเจน

4) ภาษาผสม คือการใช้ภาษาสองภาษาขึ้นไปอยู่เสมอซึ่งในบางครั้งอาจก่อให้เกิดความงุนงงให้แก่ผู้ฟังได้ ผู้ฟังอาจจะจับใจความได้บ้างไม่ได้บ้าง ในกรณีที่มีพื้นฐานทางภาษาต่างประเทศ ผู้พูดอาจจะหลีกเลี่ยงถ้าไม่จำเป็น หรือพยายามใช้ให้น้อยแต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการพูดซึ่งบางครั้งอาจพยายามให้ผู้ได้บังคับบัญชาคุ้นเคย กับภาษาต่างประเทศเพื่อเป็นการฝึกฝนหรือต้องการแสดงบุคลิกภาพบางอย่างของผู้พูด



บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ (ต่อ)

ธุรกิจกับการสื่อสารด้วยการพูด

5) ภาษาติดปาก ได้แก่ วลีหรือประโยคที่ติดปากผู้ใช้บางครั้งมีความหมาย บางครั้งไม่มีความหมาย ความจริงการใช้ภาษาติดปากในธุรกิจไม่ใช่เรื่องเสียหายแต่บางครั้งอาจก่อความรำคาญแก่ผู้ฟังและบั่นทอนบุคลิกภาพ ของผู้พูด

จากสถานการณ์ ณ สถานทันตกรรมข้างต้น จะเห็นว่านักศึกษาทันตแพทย์ใช้คำศัพท์ทั่วไป ไม่ได้ใช้ศัพท์ เฉพาะทางทางการแพทย์เพื่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการให้เข้าใจกระบวนการและขั้นตอนในการรักษาและไม่ได้ใช้ภาษา คะนองเพื่อสร้างความเป็นกันเองแต่ใช้คำเรียกที่แสดงการให้เกียรติคือ “คุณ ปานตะวัน” รวมถึงการสอบถามพูดคุย เพื่อสร้างบรรยากาศและความเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ



ช่องทางในการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

1. การสื่อสารส่วนบุคคล

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล

3. การสื่อสารแบบเน้นมีส่วนร่วม

3.1 โซเชียลมีเดีย (Social Media)

3.2 Search Engine Marketing (SEM)

3.3 Web Marketing (สร้างบล็อกหรือทำเว็บไซต์เอง)



ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

ในยุคที่สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น มีผลทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงข้อมูลของผู้บริโภคด้วยการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ การติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย หรือแม้กระทั่งวิธีการเลือกซื้อสินค้าเองก็มีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะใช้จ่ายผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์สูงขึ้นทุกปี ทำให้เหล่าผู้ประกอบการธุรกิจ และนักการตลาดในทุกกลุ่มสินค้าและบริการต่างต้องปรับตัวให้เข้ากับความต้องการผู้บริโภคและวิธีการทำตลาดออนไลน์นี้แหละ คือคำตอบของการเปลี่ยนแปลงในการทำธุรกิจยุคนี้



ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์ (ต่อ)

ช่องทางการสื่อสารที่มั่นใจลูกค้าได้ดีในยุคดิจิทัล

ไม่ว่าจะเป็นการทำตลาดในรูปแบบไหน ๆ ช่องทางการสื่อสารก็ยังคงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก วิธีการทำตลาดออนไลน์ที่น่าสนใจกับ 5 ช่องทางการสื่อสารที่น่าสนใจในยุคนี้ ซึ่งถือเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้และเข้าถึงข้อมูลสินค้าบริการได้



ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์ (ต่อ)

1. Social Media Marketing

การทำตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือช่องทางที่ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น เพราะแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของทุกคน โดยรูปแบบของเนื้อหาหลัก ๆ ช่องทางนี้ส่วนมากจะเป็น รูปภาพ วิดีโอ ข้อความหรือบทความ สำหรับวิธีการสื่อสารนั้นก็แตกต่างกันออกไปตามรูปแบบของแพลตฟอร์มนั้น ๆ โดยมีฐานกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย การวางแผน Social Media จะช่วยให้เรามีทิศทางชัดเจน รวมถึงการกำหนด **วัตถุประสงค์ในการสื่อสารของ Social Media Marketing** โดยทั่วไปจะมี 5 วัตถุประสงค์เพื่อตั้งเป็นเป้าหมายในการทำการสื่อสารแต่ละครั้งดังนี้



ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์ (ต่อ)

- **Brand Building** เป็นการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์สินค้าและบริการ โดยสามารถแยกย่อยประเภทการสื่อสารลงไปได้อีกคือ Awareness (สร้างการรับรู้), Reach (การเข้าถึงเนื้อหา) และ Engagement (สร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้า)
- **Customer Relationship Engagement** เป็นจุดประสงค์เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมายกับทั้งผู้บริโภคที่มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้าและกลุ่มฐานลูกค้าเดิม เพื่อสร้างการขายได้ในอนาคต
- **Drive Traffic** เป็นการใช้สื่อ Social Media เป็นตัวกลางพากลุ่มเป้าหมายไปยังช่องทางอื่น ๆ เพื่อให้เกิด Traffic หรือยอดการเข้าใช้งานบนช่องทางนั้น เช่น นำเข้าไปเว็บไซต์ที่มีหน้าขาย เป็นต้น



ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์ (ต่อ)

- **Customer Support** นอกจากจะป้อนข้อมูลหรือสร้างการรับรู้แล้ว ก็ควรมีการให้ความช่วยเหลือลูกค้าผ่านการทำตลาดบน Social Media ได้ด้วย เช่น ช่วยเหลือในด้านการใช้งานสินค้า ติดต่อสอบถามเพื่อขอรับบริการ เป็นต้น
- **Social Sales** ถ้าให้อธิบายกันตามตรงก็คือการหวังผลให้เกิดการขายนั่นเอง โดยรูปแบบการสื่อสารจะเป็นการนำเสนอสินค้าโดยตรงเพื่อให้รับรู้ถึงประโยชน์จากสินค้า รู้ราคาของสินค้า หรือจะเป็นการเสนอโปรโมชั่นก็นับว่าเป็นการขายโดยตรงเช่นกัน

สำหรับแพลตฟอร์มที่ใช้ในการทำตลาดออนไลน์หลัก ๆ คือ Facebook สามารถทำ Content ได้หลายแบบทั้งรูปภาพประกอบข้อความ Video Content ก็ทำได้ ถัดมาคือ Instagram แพลตฟอร์มนี้จะเน้นที่รูปภาพนิ่งไม่เน้นข้อความ Youtube ก็จะเน้นที่ Video เป็นหลัก



ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

Content Marketing

Content Marketing หมายถึงการสร้างคอนเทนต์เพื่อที่จะใช้สร้างแบรนด์ หากคนเข้าเว็บไซต์ หรือหาลูกค้า โดยที่ช่องทางการและรูปแบบการทำ content marketing ได้แก่

บล็อก – ส่วนมากจะมาในรูปแบบการเขียนบทความลงเว็บไซต์ หรือลงเพจ facebook เพื่อให้ความรู้ลูกค้า และแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าคุณเป็นผู้เชี่ยวชาญ โดยท้ายที่สุดแล้วเป้าหมายของการเขียนก็คือการหาลูกค้า

Infographics อินโฟกราฟฟิค – บางครั้งลูกค้าก็ชอบที่จะดูแทนที่อ่าน ทำให้ content ให้ข้อมูลในรูปแบบภาพอย่างอินโฟกราฟฟิค สามารถเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขึ้น หากเราลองดูใน Social Media แล้วส่วนมากคอนเทนต์ ที่จะถูกแชร์ก็คือคอนเทนต์แนวนี้



ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์ (ต่อ)

วิดีโอ – เป็นรูปแบบการทำคอนเทนต์เหมือนบทความ แต่จะเป็นรูปแบบวิดีโอแทน วิดีโอเป็นการทำคอนเทนต์รูปแบบใหม่ที่ social network ต่างๆ เริ่มผลักดันมากขึ้นเรื่อยๆ เหมาะสำหรับการสร้างตัวตน สร้างความน่าเชื่อถือในสายตาลูกค้า

E-book และการดาวน์โหลดต่างๆ – เว็บไซต์อาจจะทำการแจกข้อมูลในรูปแบบของ e-book หรือไฟล์ชนิดต่างๆ ให้สามารถดาวน์โหลดได้ ส่วนมากแล้วจะเป็นการแลกไฟล์กับข้อมูลลูกค้า เช่น อีเมล ชื่อ เพื่อให้บริษัทสามารถติดต่อคนกลุ่มนี้ผ่านวิธีการอื่นๆ



เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

1. Social Media

2. G Suite for Business

3. Google Analytics

4. Mail Chimp

5. Search Engine Marketing

6. Blog



เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

1. Social Media

2. G Suite for Business

3. Google Analytics

4. Mail Chimp

5. Search Engine Marketing

6. Blog





เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

1. Social Media

2. G Suite for Business

3. Google Analytics

4. Mail Chimp

5. Search Engine Marketing

6. Blog





เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

1. Social Media

2. G Suite for Business

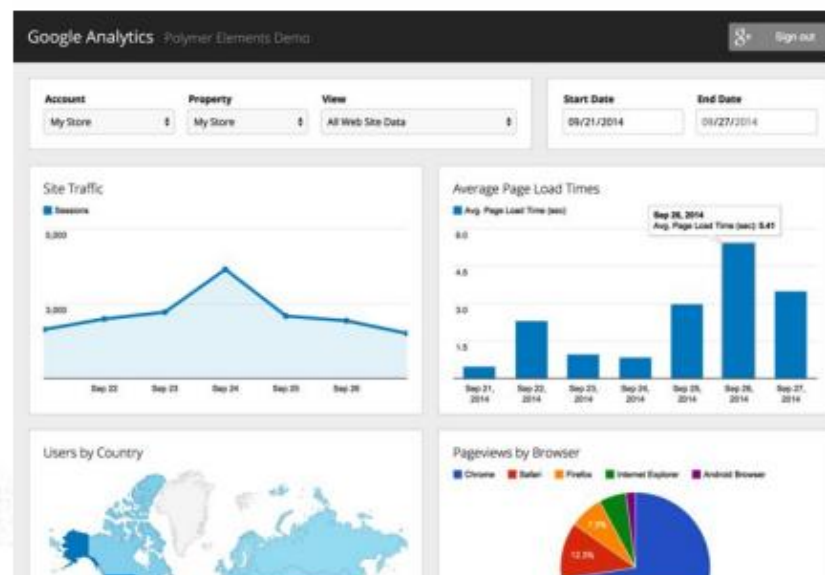
3. Google Analytics

4. Mail Chimp

5. Search Engine Marketing

6. Blog

Google Analytics



Google
Analytics



เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

1. Social Media
2. G Suite for Business
3. Google Analytics
4. Mail Chimp
5. Search Engine Marketing
6. Blog





เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

1. Social Media
2. G Suite for Business
3. Google Analytics
4. Mail Chimp
5. Search Engine Marketing
6. Blog





เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์





เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์





เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

1. Social Media

2. G Suite for Business

3. Google Analytics

4. Mail Chimp

5. Search Engine Marketing

6. Blog





การสื่อสารธุรกิจออนไลน์ประเภทโฆษณา

1. Google Adwords

2. Banner

3. Social Network

4. Email Marketing

5. Electronic Direct Mail

6. Web Marketing

7. Video Marketing

8. Post ฟรี / ลงประกาศฟรี

9. ทำ Affiliate Program

10 Search Engine Optimization

11. SMS Marketing

